

ISSN electrónico: 2602-8069 - ISSN impreso: 1390-5341

## PRECISIONES TEÓRICO-METODOLÓGICAS CON RELACIÓN A LA DEFINICIÓN DE ENTORNO EN ETNOGRAFÍA VIRTUAL, PARA EL ANÁLISIS DE POLÍTICAS SOCIALES<sup>1</sup>

*Approach and theoretical-methodological definitions  
on the Virtual Ethnography Environment  
for the analysis of social policies*

*Andrea Dettano*

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas-Universidad Nacional de La Matanza  
[andreadettano@gmail.com](mailto:andreadettano@gmail.com)

Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9985-6690>

*Rebeca Cena*

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas-Universidad Nacional de La Matanza  
[rebecena@gmail.com](mailto:rebecena@gmail.com)

Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5006-1261>

Fecha de recepción del artículo: 11/11/2020

Fecha de aceptación definitiva: 28/11/2020

---

1 Las investigaciones de las cuales este escrito es producto se encuentran financiadas por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).

PRECISIONES TEÓRICO-METODOLÓGICAS CON RELACIÓN A LA DEFINICIÓN DE ENTORNO  
EN ETNOGRAFÍA VIRTUAL, PARA EL ANÁLISIS DE POLÍTICAS SOCIALES

## RESUMEN

Las primeras décadas del siglo XXI han manifestado la preeminencia que la vida digital posee en los procesos de estructuración social, entre ellos las políticas sociales en el marco de lo que se ha denominado sociedad 4.0. En este artículo nos proponemos explicitar –a partir de las conexiones entre políticas sociales y digitalización de las intervenciones estatales–, los modos en que el entorno puede ser delimitado en un proceso investigativo, que toma como método la etnografía virtual. Para ello se trabaja con la red social Facebook, particularizando en los grupos de receptores de políticas sociales. Se concluye que el entorno en la etnografía virtual requiere explicitar aquellos espacios/tiempos, en donde las interacciones mediadas por las tecnologías digitales adquieren sentido.

**Palabras clave:** Estado, digitalización, metodología, tecnología, política social.

## ABSTRACT

The first decades of the 21st century have shown the importance that digital life possesses in the processes of social structuring, including social policies within the framework of what has been called 4.0 Society. The aim of this article is to make explicit - based on the connections between social policies and digitalization of state interventions - the ways in which the Environment can be delimited in an investigative process that takes Virtual Ethnography as its method. For this, we work with the social network Facebook, focusing on the groups of recipients of social policies. It is concluded that the Virtual Ethnography Environment requires to make explicit those spaces / times where interactions mediated by digital technologies make sense.

**Keywords:** State, digitalization, methodologies, technology, social policies.

## INTRODUCCIÓN

Las primeras décadas transcurridas del siglo XXI han mostrado la preeminencia que la vida digital posee en los procesos de estructuración social (Scribano y Lisdero, 2018). Particularmente desde comienzos del 2020, el mundo se ha visto afectado por la pandemia declarada por Covid-19, que ha exacerbado todo tipo de prácticas sociales vinculadas a la digitalización de la vida (Cena y Dettano, 2020), que modifican su observancia y los instrumentos para mediar dichas observaciones.

Un fenómeno afectado por la vida digital es el vinculado a la gestión e intervención estatal. Este escrito se propone observar un espacio de conquista particular de las políticas sociales, cada vez más masivas y numerosas: el ciberespacio/Internet, en el marco de lo que se ha denominado “sociedad 4.0”, como conjunto de procesos económicos y sociales configurados en torno a la masificación planetaria de las nuevas tecnologías de la información (Scribano y Lisdero, 2019).

Sobre la base de indagaciones individuales y colectivas enfocadas en la descripción y análisis de las emociones de los y las destinatarios de políticas sociales, a partir de entrevistas en profundidad y encuentros expresivo creativos, advertimos que diferentes interacciones vinculadas a las políticas sociales habían comenzado a formar parte del mundo digital (Cena, 2014, Sordini, 2017, Faracce, 2019, Weinmann, 2019). En este camino notamos la existencia de grupos de personas destinatarias de políticas sociales en la plataforma Facebook. Al realizar algunas observaciones preliminares, pudimos dilucidar que era un espacio en crecimiento, compuesto por diferentes grupos con millones de miembros<sup>2</sup>, que comparten inquietudes, dudas, consultas, así como fotos y experiencias sobre inscripción, permanencia y cobro de los programas estatales. Por ello, en este escrito nos proponemos explicitar una serie de reflexiones teóricas y metodológicas en relación a la definición de entorno en la etnografía virtual<sup>3</sup>. Pues, si a partir de indagaciones previas hemos advertido la utilización de las tecnologías de la información en la interacción Estado-sociedad, creemos que la etnografía virtual puede constituirse en un método idóneo para el abordaje de los sentidos e interacciones que allí tienen lugar.

La estrategia expositiva será la siguiente: en primer lugar, desarrollamos algunos aspectos de la etnografía y de la etnografía virtual; en segundo lugar se avanza en la delimitación de la noción de entorno, como espacio y escenario donde se despliegan las interacciones, con una interfaz dependiente de cada red o plataforma y cuyo recorte implica toma de decisiones, relacionadas con los intereses de investigación. A continuación se especifica cada uno de los componentes que permiten la delimitación de un entorno en la red social Facebook, tomando como referencia a grupos de personas destinatarias de políticas sociales. Se concluye aludiendo a las potencialidades metodológicas de la etnografía virtual para el abordaje de las políticas sociales. Definir qué se considera entorno en etnografía virtual es un paso ineludible y requiere de un proceso de explicitación, reflexión y argumentación teórico-metodológica, que en este escrito pretendemos explorar.

2 En su conjunto, los 23 Grupos trabajados suman 4.693.921 miembros.

3 Virtual o virtualidad no es utilizado como sinónimo de aparente y/o ficticio, y de este modo contrapuesto a una realidad, sino que consideramos que lo virtual o la digitalización de los diversos ámbitos del mundo constituyen espacios en donde se da la producción y reproducción de la vida de las personas y que inciden, por lo tanto, en los modos de ser/estar en el mundo. Aquí lo aclaramos, pero lo sostenemos a lo largo del escrito, que no creemos que exista algo así como la vida *offline* y la vida *online*, lo virtual y lo real, y otros tantos engañosos dualismos.

## SOBRE LA ETNOGRAFÍA Y LA ETNOGRAFÍA VIRTUAL

En esta sección del escrito, abordaremos brevemente desde qué perspectivas hemos trabajado con el método etnográfico (Sampieri, Collado y Lucio, 1998), en el marco del estudio de las políticas sociales, el Estado ampliado y las sociedades 4.0. Sin pretender hacer un desarrollo extensivo (Hammersley y Atkinson, 1994, Valles, 1999 y Tapias y Pérez [s.f.]), el propósito de esta sección es recuperar algunas discusiones que permitan identificar las potencialidades que dicho método posee para los objetivos de la investigación aludida.

Los manuales de metodología definen a la etnografía, estrictamente hablando, como la descripción de una cultura, que implica la construcción de datos, utilizando diversas técnicas que, tradicionalmente, han sido asociadas a la metodología cualitativa y cuantitativa (Sautu, 1999). Verd, Barranco y Moreno (2007), nombran a la etnografía relacionándola con métodos etnográficos o conjunto de técnicas que poseen como base la observación de un grupo en un determinado contexto —“natural de interacción” dirán algunos manuales metodológicos—, sin más implicaciones que aquellas vinculadas al análisis de los datos o a la aproximación interpretativa. De allí que el conjunto de técnicas y análisis que involucra la etnografía, significan una integración parcial a la comunidad estudiada que permiten realizar “la descripción o reconstrucción analítica de carácter interpretativo de la cultura, formas de vida y estructura social del grupo investigado” (Rodríguez Gómez, Gil Flores y García Jiménez, 1996: 44), (Verd Barranco y Moreno, 2007: 151).

Lo que Verd, Barranco y Moreno (2007: 151) denominan métodos etnográficos es el resultado de diversas tradiciones de investigación, “que tienen como mínimo común denominador el interés por el retrato del modo de vida de una unidad social determinada”. El conjunto de métodos a los que alude la etnografía, implica que quien investigue participe en la vida de las personas a lo largo de un período determinado “observando qué sucede, escuchando qué se dice, haciendo preguntas; de hecho, haciendo acopio de cualquier dato disponible que sirva para arrojar un poco de luz sobre el tema en que se centra la investigación” (Hammersley y Atkinson, 1994: 3).

La Antropología<sup>4</sup>, a partir de la labor etnográfica, se ha encargado históricamente de observar y estudiar aquello definido como “otro”. Esta ciencia, ha tenido que ver con el desplazamiento, con ir a un lugar geográfico y simbólicamente diferente del propio (Mejía Navarrete, 2004, Sarabayrouse, 2011, Recasens, 2018). Si bien, tal como señala Levi Strauss, la ubicación geográfica y las formas de vida son condiciones mínimas para que haya posibilidad de indagar. El traslado y la lejanía espacial han dejado de ser una característica central para la experiencia etnográfica<sup>5</sup>.

El etnógrafo es aquel que recoge de primera mano información sobre una población y es en su permanencia en el campo, que puede dialogar en el espacio y en la vida cotidiana (Recasens, 2018). En tal sentido, un observador no es más —ni menos— que un ser sociocultural e históricamente situado (Tapias y Pérez, s.f., Hammersley y Atkinson, 1994). Los debates recientes, pusieron “en cuestión el lugar de la ‘persona’ del investigador en el proceso de conocimiento. Como principal instrumento de investigación y término implícito de

4 “Hoy en día esta orientación ya no es exclusiva de los estudios antropológicos, y los grupos sociales estudiados pueden ser mucho menores —una empresa, una escuela— que los estudiados en los orígenes” (Verd, Barranco y Moreno, 2007 :151)

5 La etnografía en tanto método dentro de las investigaciones cualitativas (Sampieri, Collado y Lucio, 1998) ha transcurrido por diversos senderos que Valles (1999) ha denominado fases.

comparación intercultural, el etnógrafo es, además de un ente académico, miembro de una sociedad y portador de cierto sentido común” (Guber, 2001: 29).

En vista de ello, la etnografía puede ser abordada como una interpretación que realiza quien investiga. No es una descripción del mundo de los nativos ni de cómo es el mundo para ellos. La labor interpretativa es el resultado de la articulación entre permanencia en el campo y elaboración teórica (Vargas, 2005, Balbi, 2011).

La etnografía como método ha implicado diversas fases (Valles, 1999), lo que ha significado una revisión, ampliación y profundización de los procesos de investigación. Estas transformaciones en las sociedades contemporáneas han habilitado la revisión crítica de los métodos, en este caso a la luz del Estado ampliado (Madrid, 2001), la digitalización de las políticas sociales (Weinmann y Dettano, 2020, Faracce Macía, 2019) y las sociedades 4.0 (Scribano y Lisdero, 2019). Los fenómenos de lo social son cambiantes por definición, de allí que los métodos para su abordaje requieran también de revisiones, modificaciones e innovaciones. Con este horizonte abordamos en el apartado siguiente la etnografía virtual.

### Etnografía virtual

En esta sección abordaremos qué significa dentro del paraguas de la etnografía hacer etnografía virtual y, particularmente, situar el trabajo de campo en las redes sociales, en este caso, en grupos de Facebook. Para ello, se vuelve imprescindible poder darnos algunas discusiones en torno a la significatividad de lo que comúnmente se ha denominado Internet, para luego avanzar sobre la etnografía virtual y su utilización en redes sociales.

El término Internet alude a varios temas o interrogantes. Tal como señala Hine, (2004: 40) refiere a “un conjunto de programas que habilitan determinados tipos de comunicación e intercambio de información”. También ha sido definido como una red de redes, un artilugio tecnológico (Turpo Gebera, 2008), un tejido cibernético y un artefacto cultural que ha desbordado lo presencial y lo geográfico (Castells, 2002, Ruíz M. y Aguirre G., 2013, García Manso, 2017). La producción misma de Internet y su consumo están dispersos en múltiples lugares, instituciones e individuos y, más allá de sus múltiples acepciones, concentra un número creciente de intercambios e interacciones, por lo que adquiere cada vez mayor relevancia para el análisis sociológico (Hine, 2004, Esteinou Madrid, 2001).

De Sena y Lisdero (2015) reflexionan sobre Internet en la etnografía virtual y lo definen como un “hipermedio” que concentra hipertextualidad, reticularidad, utilización y circulación de nuevos lenguajes y reconfiguración de las categorías témporo-espaciales. Internet implica diversas y variadas aplicaciones que impactan en la producción de sistemas o ambientes “de socialidad que repercuten en las formas de relación humana como con el mundo mismo; se hace obligada, por lo tanto, la emergencia de un paquete metodológico como la etnografía virtual” (Méndez y Aguilar, 2018: 81).

Existe un número significativo de plataformas que permiten la conectividad entre personas. En el año 2013 Facebook, Twitter, Flickr, YouTube, Wikipedia e Instagram aparecían como las principales plataformas de la conectividad. Estas pueden ser clasificadas en distintos tipos, sin pretensiones de exclusión o exhaustividad (Van Dijck, 2016): a) sitios de red social o *social networking sites*, que priorizan el contacto interpersonal, forjando conexiones personales, profesionales o geográficas y alentando a la formación de lazos; ejemplo son Facebook, Twitter, LinkedIn e Instagram; b) contenidos generados por usuarios o *user-generated content*, que se valen de herramientas creativas para promover el intercambio amateur o profesional, tales como YouTube o Wikipedia; c) sitios de mercadotecnia y comercializa-

ción o *trading and marketing sites*, que se dedican a la venta de productos como Amazon, eBay o Groupon o Mercado libre; d) juegos y sitios de entretenimientos conforman el último grupo, siendo The Sims o Angry Birds ejemplo de las mismas (Van Dijck, 2016).

Van Dijck (2016) señala que para el año 2011, 1200 millones de usuarios del mundo —82 % de la población mayor de 15 años— había ingresado a un medio social, mientras que en 2007 solo un 6 %, dando cuenta que en menos de diez años se desarrolló toda una infraestructura *online* para la interacción. En Argentina, para el cuarto trimestre de 2018, se registró que el 63 % de los hogares urbanos tiene acceso a computadora y el 80.3 %, a Internet; 84 de cada 100 personas emplean teléfono celular y 78 de cada 100 utilizan Internet. El mayor uso de Internet se registra en los grupos comprendidos entre los 13 y los 29 años, allí 90 de cada 100 personas lo utilizan (entre el 89.7 % y 90.2 % de la población) (EPH-Indec, 2018).

Ahora bien, por la importancia que asume Internet en las interacciones cotidianas, es que se ha vuelto un espacio de relevancia para la investigación social, mas no poniendo la atención en las tecnologías en sí mismas, sino en cómo estas son utilizadas, apropiadas, en tanto espacios y plataformas donde se despliegan tramas de interacción preexistentes o nuevas. De esta forma, se comprende que “el aludido mundo digital/móvil es, en realidad, una simplificación de un conjunto de mundos de la vida que (superpuestos, instantáneos y simultáneos) constituyen las superficies de inscripción de nuestras sociabilidades, vivencias y sensibilidades” (Scribano, 2017:9)

La etnografía virtual es la participación/observación continuada del investigador en los escenarios virtuales donde se desarrollan prácticas, interacciones, transacciones, intercambios de información, que son objeto de análisis (Ruíz y Aguirre, 2015). Esta puede incluir el estudio de comunidades que se superponen con comunidades físicas —como en el caso bajo estudio—; las que se superponen solo en algún grado con comunidades físicas o aquellas que nunca se erigen como comunidades físicas (Turpo Gebera, 2008).

Se puede encontrar bajo diferentes denominaciones:

Etnografía virtual, etnografía digital, ciberantropología, etnografía mediada, netnografía, antropología de los medios, etnografía del ciberespacio, etnografía de/en/a través de Internet. [...] todas estas acepciones tienen un mismo objetivo, estudiar las relaciones sociales, cognitivas, afectivas que se dan en el ciberespacio, para lo cual han tomado como base los principios de la etnografía para trasladarlo al ciberespacio (Ruíz y Aguirre, 2015, p. 70).

Más allá de las múltiples acepciones, la etnografía realizada en Internet apunta a captar “la vivencia de las redes” (Turpo Gerbera, 2008: 83), explorar aspectos de esta cultura de la conectividad y reflexionar sobre la consolidación de unas sociabilidades moldeadas por plataformas (Van Dijck, 2016). Puede ser definida, entonces, como aquel método orientado a examinar los usos cotidianos que Internet ha adoptado en la vida de quienes se posicionan como usuarios (Ferrada Cubillos, 2006). Pues este método se ha considerado adecuado para el estudio de las prácticas sociales vinculadas a Internet, con el propósito de explorar los comportamientos sociales, esquemas culturales, y construcción de significados (Domínguez Figaredo, 2007). Es por ello que aquí, junto con Hine, sostenemos que “abre la posibilidad de enriquecer las reflexiones acerca de qué significa ser parte de Internet. También se gana simetría con la exploración, pues el investigador emplea los mismos medios que sus informantes” (2004: 20). Realizar nuestro trabajo de campo sobre, en y desde Internet,

rompe con la idea romántica del etnógrafo que se desplaza a otras culturas para trabajar en espacios concretos y delimitados, conviviendo con un grupo social. Ahora existen realidades y plazas virtuales que no formaban parte de los espacios tradicionales de la antropología y en



**PRECISIONES TEÓRICO-METODOLÓGICAS CON RELACIÓN A LA DEFINICIÓN DE ENTORNO  
EN ETNOGRAFÍA VIRTUAL, PARA EL ANÁLISIS DE POLÍTICAS SOCIALES**

los que la mediación entre el etnógrafo y la realidad se hace más evidente (Pichardo-Galán, 2008, p. 144).

La etnografía virtual ha suscitado observaciones en cuanto a las dificultades que supone, como la inmensidad de los intercambios por parte de los usuarios que el medio presenta, por lo que puede resultar difícil “segregar” a los usuarios que son objeto de estudio y a los que no lo son. Por esta inmensidad es que el medio virtual se ha presentado como productor de “infoxicación”, a la vez que se resalta cierto carácter de “realidad en pantalla” (García Manso, 2017: 35). Es importante rescatar que los problemas de validez y confiabilidad (De Sena y Lisdero, 2015) no constituyen un elemento excluyente del método etnográfico

la Etnografía Virtual no es una mera adaptación de un “viejo” método a un nuevo “campo” de estudio, sino una oportunidad de transformar reflexivamente el propio método y replantear los supuestos teóricos y epistemológicos que sustentan la relación con lo Técnico (Méndez y Aguilar, 2015, p. 78).

Pese a las dificultades que puede presentar su uso, García Manso (2017) remarca cómo una omisión de todo lo que allí sucede sería dejar sin analizar gran parte de fenómenos sociales, en vista de que las formas de ser, los estilos de vida, diversas prácticas, trámites e intercambios se dan hoy día a través de Internet, a partir del uso de diferentes dispositivos. No obstante, el trabajo etnográfico en entornos virtuales abre una serie de incógnitas que son necesarias revisar. Tal es el caso, por ejemplo, de la definición de entorno. ¿Cómo es posible identificar un entorno en etnografía virtual? ¿Cuáles son los componentes que constituyen un entorno? ¿Hay un entorno en etnografía virtual? Estos y otros interrogantes abordamos en el apartado siguiente.

## **DEFINICIÓN DEL ENTORNO EN LA ETNOGRAFÍA VIRTUAL**

Este apartado pretende caracterizar el entorno de observación en la aplicación de la etnografía virtual. Pues como lo hemos estado advirtiendo, las transformaciones que se han dado en el mundo a partir de la incorporación de las nuevas tecnologías, han requerido necesariamente una revisión de los modos de observar, una redefinición y readecuación de la labor metodológica, así como también de la delimitación del entorno.

Es posible que en la utilización de otras estrategias la noción de entorno, no adquiera (tanta) centralidad, más en el abordaje del mundo virtual, esta noción y su delimitación adquieren importancia. Esto es así, dado que la arquitectura de los espacios de interacciones condiciona, moldea y organiza las mismas, por lo que su descripción, permitirá comprender cabalmente los intercambios que allí tengan lugar (Papacharissi, 2009).

La noción de entorno, tradicionalmente se ha utilizado en educación, para referir a los contextos en los que las personas aprenden. Así, los entornos de aprendizaje pueden ser de lo más variados: áulicos, el barrio, la esquina de una cuadra, el trabajo, el núcleo familiar, el grupo de pares, etc. Definirlo permite advertir características culturales, códigos de conducta, modos de interacción, formas de organización, etc. De esta manera, el entorno en la etnografía Virtual requiere explicitar aquellos espacios/tiempos donde las interacciones mediadas por las tecnologías digitales adquieren sentido:

Las nuevas formas de comunicación permiten nuevas puestas en escena de intereses comunes. Este escenario es el de Internet, el ciberespacio. Para realizar etnografía convencional es necesario identificar un contexto etnográfico. En este sentido debemos tratar al espacio virtual

PRECISIONES TEÓRICO-METODOLÓGICAS CON RELACIÓN A LA DEFINICIÓN DE ENTORNO  
EN ETNOGRAFÍA VIRTUAL, PARA EL ANÁLISIS DE POLÍTICAS SOCIALES

como nuestro contexto de análisis. La etnografía virtual debe tratar al ciberespacio como una realidad etnográfica (Domínguez Figaredo, 2007, p. 53).

Los entornos virtuales constituyen espacios/tiempos donde se dan relaciones e intercambios, a partir de la conformación de grupos o comunidades virtuales, mediadas por la ampliación de las tecnologías digitales que emulan, yuxtaponen y, en algunos casos, sustituyen el rol de socialización que tradicionalmente han ocupado los terceros lugares<sup>6</sup> (Ruiz-Torres, 2008). “Estos nuevos espacios de socialización emergen al calor de intereses compartidos, los cuales, aunque en su mayor parte también se comparten en la realidad presencial, adquieren un potencial comunicativo y de identificación personal cualitativamente diferentes” (Ruiz-Torres, 2008: 124).

Partimos de dos tipos de entornos: a) donde las interacciones son voluntarias, guiadas por una motivación y cierta expectativa de enriquecer sus prácticas, que conducen a los sujetos a participar de comunidades virtuales (chats, foros, muros); b) allí donde se dan procesos de alguna manera intencionales, las interacciones están diseñadas y serán evaluadas, como los entornos y plataformas educativas (Turpo Gerbera, 2008). Además de diferir en sus propósitos y modalidades de interacción, cada tipo de entorno presentará diferentes grados de dificultad para el ingreso, registro y permanencia.

Los entornos virtuales para la etnografía, según Ruiz-Torres (2008), constituyen comunidades sin compartir necesariamente un territorio común; la geografía influye pero no determina las interacciones; es muy difícil que su ubicación pueda ser representada sobre un mapa o plano tradicional; los ritmos de intercambios se modifican dando lugar por ejemplo a conversaciones paralelas, pantallas simultáneas, diálogos caóticos o irrecíprocos, o a la masividad de los intercambios; los intercambios no necesariamente poseen una orientación común estable y los miembros tienen diferentes grados y compromisos de participación; quienes participan pueden ser anónimos y/o con identidades diferentes.

En este artículo tomamos de las ciencias de la educación la noción de entorno, para aludir a los espacios/tiempos diversos de interacción, que las personas poseen en la virtualidad.

es un locus perfectamente simbolizable, donde miles de individuos se buscan, se encuentran, entran, salen, se presentan, se conocen, dejan regalos y los reciben, se agradecen, se insultan, se lamentan, se despiden enojados o regresan contentos, nada que un contemporáneo Marcel Mauss no pudiera reconocer como un lugar de intercambio simbólico (Ruiz-Torres, 2008, p. 126).

El entorno permite vislumbrar aquellos espacios/tiempos de interacción, y delimitar qué se observará en el trabajo etnográfico. Identificar los componentes de los entornos virtuales nos permitirá ofrecer una visión problematizadora del contexto de observación. Pues al igual que en la definición de los entornos en educación, la selección de los componentes significativos de los entornos en la etnografía virtual, se encontrará determinada por el objeto de estudio y los objetivos de la investigación.

En el trabajo investigativo de referencia nos hemos propuesto explorar los modos en que las políticas sociales adquieren centralidad en entornos virtuales, ya que estas formas de intervención estatal se encuentran presentes en los procesos de digitalización de la vida en el siglo XXI. En este sentido, la relación entre políticas sociales y ciberespacio podría pensarse en relación a —al menos— 3 ejes: el uso de Internet en los mecanismos y modalidades de implementación (entrega de documentación, inscripción, verificación del

6 “Lugares que sin ser los espacios familiares y de trabajo, son vitales para la socialización, la vida pública informal. Así, centros de ocio, iglesias, plazas, parques” (Ruiz-Torres, 2008: 123).

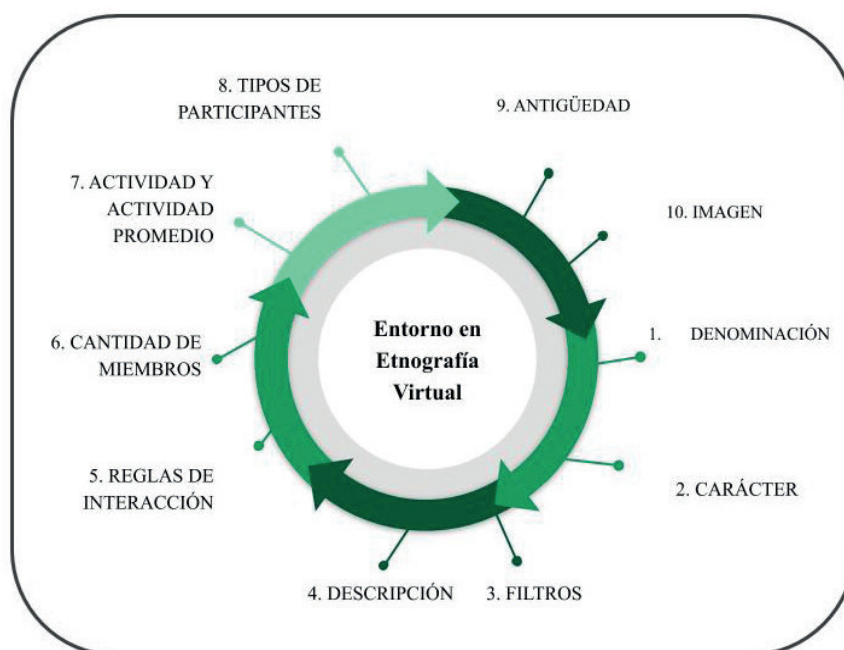


**PRECISIONES TEÓRICO-METODOLÓGICAS CON RELACIÓN A LA DEFINICIÓN DE ENTORNO  
EN ETNOGRAFÍA VIRTUAL, PARA EL ANÁLISIS DE POLÍTICAS SOCIALES**

cumplimiento de condicionalidades); las relaciones entre sus receptores a través de redes sociales: para comunicarse y compartir información y, por último, la exposición en las redes de los funcionarios directamente vinculados con las intervenciones (Weinmann y Dettano, 2020). Pues lo que se ha dado en denominar mundo *online* y *offline*, no son realidades separadas o que se contraponen, sino que son dimensiones constitutivas de la vida social y un espacio en donde las intervenciones estatales de atención a la población se despliegan.

En este contexto hemos definido al entorno de los grupos de Facebook en relación a una serie de componentes, que a continuación abordamos en profundidad.

*Diagrama 1.* Componentes del entorno en etnografía virtual



Fuente: elaboración propia sobre la base de proceso de investigación.

## Los componentes de un entorno: los grupos de Facebook

Sobre la base de indagaciones previas advertimos que diferentes interacciones vinculadas a las intervenciones estatales habían comenzado a formar parte del mundo virtual, como la proliferación de grupos cerrados de personas destinatarias de políticas sociales en la plataforma Facebook. Estos entornos se constituían en un espacio en crecimiento, compuesto por diferentes grupos con cientos de miles de miembros, donde se compartían inquietudes, dudas, consultas, fotos y experiencias sobre la inscripción, permanencia y cobro de los diferentes programas. Estas interacciones resultaban solidarias con algunas cuestiones que veníamos observando, en relación a los problemas de inteligibilidad de los programas (Dettano y Chahbenderian, 2018), vinculados a las reglas, requisitos y modo de funcionamiento.

Facebook, permite a sus miembros crear perfiles, con fotos, videos, seleccionar preferencias sobre libros, películas, música, añadir información personal y de contacto. Hay diferentes herramientas para canalizar los modos de interacción: el espacio de notificaciones,

que brinda novedades sobre la actividad de los otros y sobre los intercambios con el perfil propio (Cantidad de “Me gusta” u otras reacciones); el “muro”, donde se despliegan fotografías, comentarios, enlaces, videos, que se comparten con “amigos” y sobre los que cada usuario puede reaccionar con los conocidos *likes* u otras reacciones, puede comentar y también compartir el contenido de los otros en el propio muro (Van Dijck, 2016, Capogrossi *et al.*, 2015). Además, los usuarios pueden participar en grupos con distintos niveles de privacidad, lo que permite, siguiendo las reglas de los administradores, compartir contenidos a la vez que se crean y recrean sentidos sobre las prácticas compartidas. Para 2012 Facebook contaba con 835 millones de usuarios en todo el mundo (Van Dijck, 2016), en la actualidad esa cifra ha ascendido a 2449 millones a enero de 2020 (Mejía Llano, 2020). De acuerdo a lo recuperado por Capogrossi *et al.*, (2015), para el año 2013, los argentinos pasaban 22 horas mensuales *online*, donde Facebook se vuelve relevante debido a que el 94 % de ese tiempo se dedicaba a esta plataforma.

Para estructurar la labor de observación de un entorno virtual —en este caso grupos de Facebook—, es necesario tomar algunas decisiones sobre el qué de la observación. Tal como señalamos en el apartado anterior, el mundo virtual, en tanto escenario, presenta una temporalidad distinta y unos flujos e intercambios que suceden independientemente de la presencia o mirada del investigador, por lo que plantea algunas cuestiones a la hora de organizar el registro<sup>7</sup>. Si bien no pueden establecerse reglas de antemano, hay una lista de elementos significativos en toda situación social, para dirigir la observación (Selltiz *et al.*, 1970, Valles, 1999). Como parte de un plan inicial de observación de grupos de FB —para abordarlo en tanto entorno—, hemos delimitado algunos componentes que permiten su identificación.

Pues antes de adentrarse en las interacciones, comentarios, fotos posteadas y emociones expresadas entre personas destinatarias, definir qué se considerará entorno en etnografía virtual es un paso ineludible y requiere de un proceso de explicitación, reflexividad y argumentación teórico-metodológica. Dependiendo del modo en que se defina entorno en la etnografía virtual, podremos avanzar en lo que sucede al interior de los mismos. Hemos identificado al menos dos particularidades que posee la etnografía virtual: en primer lugar, es que obliga a explicitar los componentes que definirán o no a un entorno. Es decir, aquellos elementos básicos que permiten identificar el qué de la observación. En segundo lugar —y quizás previo al paso anterior—, identificar la plataforma, el medio, sobre el que vamos a realizar la etnografía virtual y que sostiene, habilita, configura y se reconfigura el entorno. En este sentido, los componentes que definirán un entorno en la plataforma Facebook, no serán los mismos que en Twitter, Instagram u otro medio con el que trabajemos.

Cada plataforma, en función de unos componentes, admiten un tipo de interacciones y no otras. Baste mencionar por ejemplo el caso de Instagram y el imperio de la imagen, Facebook con la posibilidad de expresar emociones, conformar grupos, etc. o Twitter y sus 140 caracteres.

En Facebook nos hemos centrado en el entorno “grupos”. Toda delimitación de los grupos de Facebook en tanto entorno, implica, en primer lugar, su **1) denominación o nombre**: son aquellas palabras que quienes administran, moderan y/o participan del grupo han seleccionado como identitario. Con este primer componente iniciamos el proceso de búsqueda. Se utilizó como motor de búsqueda los nombres de los programas, que en muchos casos terminó coincidiendo con la denominación del grupo. La búsqueda se inició con algu-

7 Registro y observación que permite volver sobre interacciones dadas en “ausencia” simultánea del investigador. Las interacciones en los entornos pueden ser recuperadas a partir de los motores de búsqueda que ofrecen.

nas palabras claves referidas a la nominación de los grupos como, por ejemplo: cobertura universal, niñez, cuna, asignaciones, auh, suaf, progresar, auh, ife, Plan Más Vida, Alimentar, etc. Dentro de las opciones que ofrece la plataforma, recortamos la búsqueda por grupos de Facebook, excluyendo publicaciones individuales y páginas. Si bien la denominación de los 23 grupos observados se encontró vinculada directamente con los nombres de los programas, también aparecen palabras que aluden a los objetivos de los grupos como “información” “consultas”, así como los nombres de los organismos estatales que implementan las prestaciones, como “Anses”. Un elemento distintivo de las denominaciones de los grupos es que la mayoría de ellos incorporaron a más de un programa social actual. Por ejemplo, EF7 “Tarjetas Asignación universal Alimentar y Verde” o EF19 “Todo Anses (Asignación Universal por Hijo, suaf, jubilados, etc.)”. La búsqueda de los grupos ha implicado, además, la utilización de la técnica “bola de nieve”. La plataforma Facebook ofrece, a partir de las búsquedas realizadas, una serie de sugerencias y recomendaciones de grupos similares.

El abordaje de los entornos de los grupos de Facebook, implica la identificación de un segundo componente su **2) carácter**: este se encuentra dado por las opciones que la plataforma ofrece (público/privado, visible u oculto) y conlleva grados de privacidad, así como más o menos filtros para ingresar e interactuar. Los 23 entornos con los que se ha trabajado han sido visibles, lo que ha permitido su identificación. Respecto a la privacidad del grupo de Facebook, permite identificar si las interacciones que tienen lugar allí, poseen un acceso no restringido, permitiendo que miembros y no miembros las visualicen. Es decir, poseen un carácter público, lo que le otorga al entorno un perfil no restringido para que quienes no forman parte del grupo puedan visualizar interacciones, archivos, información, etc. Otros grupos poseen un carácter privado, dado que el acceso a los mismos se encuentra mediado por alguien que administra el entorno o quien lo modera<sup>8</sup>; en algunas situaciones implica aceptar y acordar previamente con una serie de principios o normas de conductas (como no insultar, ni maltratar a quienes participan, etc.) e incluso responder algunas preguntas. De los 23 grupos, 17 han sido visibles y privados (por lo que hemos tenido que solicitar permiso a quienes administran para nuestra incorporación), y 6 han asumido un carácter público y visible. Un tercer componente es **3) utilización de filtros**: es decir, si el grupo está o no configurado para delimitar previamente qué pueden y no pueden publicar sus miembros. Este componente se relaciona también con las reglas de interacción (ver más adelante). Los filtros, en tanto componente, establecen si una publicación requiere o no de la aprobación de administrador o moderador; en el caso de requerir la misma queda en estado pendiente hasta tanto se acepte o rechace. La publicación bajo esta última opción queda oculta y recién aparece como publicado y susceptible de ser visualizada cuando es aceptada. Esta característica se encuentra ampliamente extendida en los entornos observados de modo que lo que se publica y lo que no, se encuentra fuertemente mediado por quienes administran y/o moderan. No sucede lo mismo con los comentarios, ya que una vez iniciada una publicación los comentarios y/o reacciones que se generen, no poseen filtro alguno<sup>9</sup>.

El componente **4) descripción**: que FB ofrece para todos los grupos de usuarios, no cuenta con información en todos los grupos, sin embargo, cuando hay alguna descripción se vincula con el objetivo del mismo, detallando el propósito de las interacciones. Dentro de las descripciones se explicitan algunos de los objetivos de la configuración del grupo, por ejemplo en EF11 “es para ayudarnos entre todas para tener mayor inf.. tambn ser paciente!!

8 Ver componente participantes.

9 Esto se da en el caso en que las nuevas publicaciones conserven activados los comentarios; en aquellas situaciones que los desactivan no puede realizarse comentario alguno.

así todas nos podamos contestar las dudas 😊”, o en EF1, que establece como descripción: “Este es un grupo solo de ayuda, no somos oficiales de Anses, ayudamos en lo que podemos y tratamos de que el grupo crezca en armonía sin discusiones y ayudándonos mutuamente”. Un elemento particular que emerge de las descripciones es la alusión a la ayuda como vínculo entre las interacciones, así como también la referencia a comportamientos y reglas de conducta (como la armonía, la paciencia, etc.).

Esto se conecta a su vez con **5) las reglas de interacción**: que aparecen especificadas en casi todos los grupos. Sobre estas, puede recuperarse lo que Sellitz *et al.* (1970) propone como el ambiente, en relación a la delimitación —en este caso explícita—, de la conducta que se espera o no, cuál es la información que los miembros pueden compartir y cuál no, cuál es el trato que se espera tengan entre sí. En este espacio figuran valores y emociones esperados a la hora del intercambio de información que convoca la existencia del grupo. A la vez que, a partir de las prohibiciones que allí aparecen ya se adelanta algo de lo que sucede o ha sucedido al interior de los grupos.

Por ejemplo, en uno de los grupos trabajados con más de 850 000 miembros en abril de 2020, se establecía en cuanto a las reglas: “1 nada de spam Si vas a publicar SPAM. tarot, vender algo o promocionar mejor no perder tiempo, ya que te bloquearemos al instante; 2 solo Anses Solo publicaciones temas sobre Anses” EF1. Otro de los entornos con más de medio millón de participantes establecía:

*1 Sé amable y cordial para fomentar un entorno agradable debemos tratarnos con respeto. Puedes debatir sobre diversos temas siempre que seas cordial con los demás. 2 No publiques promociones ni spam. Da más de lo que recibes. En este grupo no se permiten la autopromoción, el spam ni los enlaces irrelevantes. EF23.*

Estas advertencias exhiben que es posible que no todos los participantes compartan los mismos propósitos o que, en dicha participación, también se añadan otros, como vender algún producto o servicio. Se hace presente, así —si bien no es el interés específico de este escrito—, el carácter comercial y las opciones de compra-venta, que se mezclan y superponen en estos entornos<sup>10</sup>, con los propósitos que explícitamente dan lugar su la existencia.

Respecto a **6) cantidad de miembros**: es una característica central de los entornos. Pues nos permite visualizar el número de personas que han accedido a participar de las interacciones, utilizan la plataforma e incluso consumen las publicaciones, comparten dudas o sugerencias y/o intercambian información, pareceres y emociones. Implican desde consultas respecto a las fechas de cobro, fotografías sobre inversiones realizadas con el dinero de la política social, emociones como la alegría por un trámite realizado o tristeza, enojo o cansancio por las burocracias, dificultades con los bancos o alguna situación que genera desagrado. La cantidad de miembros se vuelve un componente significativo, dado que permite identificar masividad o no del entorno. De los 23 entornos, el que menos participantes posee es de 15 mil y el que más 878 mil. No obstante, este componente en sí mismo no es suficiente, pues necesita tensionarse con otro: **7) actividad y actividad promedio**: este componente nos indica cuál ha sido el flujo de actividad (interacciones, publicaciones, comentarios, nuevos miembros), que determinado grupo ha tenido en el día, en promedio y en los últimos 30 días. Este indicador

10 Nos referimos a Facebook y grupos de Facebook, así como a redes sociales en general. La utilización de estos entornos con fines comerciales ha implicado la venta de productos industrializados y/o artesanales, ofrecimiento de créditos en organismos no bancarios con condiciones de contratación dudosas, cobros por la realización y/o gestión de trámites que en principio son gratuitos (como gestionar un turno, iniciar la inscripción a una política social, etc.).

permite reconstruir cuál es la intensidad del intercambio de información del grupo en el día, hasta determinado horario; cuál la actividad promedio de ese grupo en términos de interacciones y cuántos nuevos miembros se han incorporado en los últimos 30 días. De este modo, hemos observado que los entornos con más miembros no siempre eran aquellos que tuvieran mayor flujo de actividad. Estos componentes de los entornos, deberían tensionarse, al mismo tiempo, con el carácter del entorno (si es visible o no, público y/privado) y por los filtros o no que impongan moderadores (componentes descritos previamente).

El flujo de interacciones e intercambios con o sin la utilización de filtros, nos habilita al abordaje del siguiente componente: **8) tipo de participantes**: la descripción de los tipos de participantes delimita quiénes son, qué lazos mantienen, qué nivel de conocimiento existe entre ellos, si se conocen o no, así como qué es lo que se sabe de ellos (profesión, sexo, edad o lugar de residencia) (Selltiz *et al.*, 1970). El tipo de participantes, se encuentra relacionado y condicionado por el componente “descripción del grupo”, que explicita el objetivo y por ende a sus posibles participantes. Sin embargo, y como hemos visto a partir de las reglas de interacción, es posible que entre los participantes haya algunos con otros intereses, que no son los que convocan al conjunto (vendedores, financieras, tarotistas, etc.). En el entorno que estamos definiendo, se admite en principio 3 tipos de participantes, quienes administran, moderan y son miembros, cada uno con roles y posibilidades de acción diferentes. Se encuentra también el generador de conversaciones (identificado con ícono que emula una taza de café). Quienes administran en los 23 entornos suman un total de 72 personas (8 páginas web, 23 varones, 42 mujeres y 1 con perfil no especificado). Las competencias según la plataforma Facebook, incluyen:

Nombrar a otro miembro como administrador o moderador; eliminar a un administrador o moderador; administrar la configuración del grupo (por ejemplo, cambiar el nombre del grupo, la foto de portada o la configuración de privacidad); aprobar o rechazar solicitudes de miembros; aprobar o rechazar publicaciones en el grupo; eliminar publicaciones y comentarios de las publicaciones; eliminar personas y bloquear su acceso al grupo; fijar o desfijar una publicación<sup>11</sup>.

Dentro de quienes moderan, se encuentran 66 personas, 64 mujeres y 2 varones. Las funciones que Facebook les otorga: “aprobar o rechazar solicitudes de miembros; aprobar o rechazar publicaciones en el grupo; eliminar publicaciones y comentarios de las publicaciones; eliminar personas y bloquear su acceso al grupo; fijar o desfijar una publicación”. Quienes administran o moderan los grupos, podrían ser catalogados como los *gatekeepers* de la etnografía en entornos virtuales, entendiendo a estos como “Individuos que a veces tienen un papel oficial en el contexto y otras veces no, pero de cualquier manera pueden autorizar la entrada al ambiente o al menos facilitarla” (Sampieri, Collado y Lucio, 1998: 366). Respecto a los miembros, hemos advertido que son grupos masivos en su conformación con una amplitud que abarca desde 878 mil destinatarios hasta 14 611 destinatarios. Cabe destacar que los tipos de participantes se relacionan con las reglas de interacción (componente 5), dado que quienes administran y moderan encauzan y/o establecen qué se puede y qué no hacer en las interacciones.

El componente, **9) la antigüedad**: permite problematizar algunas cuestiones vinculadas a la frecuencia y a la duración de las situaciones a observar (Selltiz *et al.*, 1970, Valles, 1999). Los 23 entornos difieren en cuanto a la antigüedad que presentan. El más antiguo fue creado en 2014 y los más recientes en 2020. Sin embargo, los más antiguos no son ne-

11 Ver: <https://www.facebook.com/help/901690736606156>



PRECISIONES TEÓRICO-METODOLÓGICAS CON RELACIÓN A LA DEFINICIÓN DE ENTORNO  
EN ETNOGRAFÍA VIRTUAL, PARA EL ANÁLISIS DE POLÍTICAS SOCIALES

cesariamente los que mayor cantidad de miembros concentran. Por ejemplo, el EF6 posee 352 584 miembros y su fecha de creación es en el mes de enero de 2020, mientras que el EF13, creado 5 años antes (febrero de 2015), posee 126 641 miembros.

Este componente permite tensionar aspectos vinculados no solo con la creciente masividad que presentan, la compleja trama de intervenciones existentes, sino también su consolidación en el tiempo, su pervivencia (Dettano, 2020), lo cual se evidencia en que estos grupos presentan, al menos, un lustro.

El último componente **10) imagen de portada**: presenta algunas características que se repiten en la mayoría de los entornos. Al menos la mitad presentan como imagen de portada el logo de Anses, que es el organismo que centraliza, gestiona y financia muchas de las intervenciones. También aparecen los logos de los propios programas —Plan Más Vida, progresar, asignación universal por hijo— superpuestos con imágenes de tarjetas de débito que permiten efectivizar el cobro. Otros elementos que podrían ser motivo de futuras indagaciones son las imágenes de familias, así como de góndolas de supermercados y productos, evidenciando la bancarización, monetarización, mercantilización y familiarización, que estas intervenciones han asumido como rasgos de sus diseños y en tanto procesos y reconfiguraciones de prácticas, que han materializado y que quedan plasmados en las imágenes elegidas como portadas.

## REFLEXIONES DE CIERRE/APERTURA

La indagación realizada partió por considerar y explorar los modos en que las políticas sociales han ido adquiriendo cada vez mayor centralidad en los entornos virtuales y cómo estas formas de intervención estatal se encuentran (muy) presentes en los procesos de digitalización de la vida en el siglo XXI.

La presente etnografía virtual persiguió hacer un mapeo de los grupos de destinatarios de programas sociales existentes en Argentina, sus principales características, tamaño, frecuencia de las interacciones, reglas, el funcionamiento de la plataforma donde se despliegan —en este caso FB—, teniendo como emergente del proceso, la necesidad de delimitar la noción de entorno. El despliegue de interacciones en el mundo virtual/digital, ha permitido hacer visible —una vez más— los modos en que la vida en el ciberespacio y fuera de él, no constituyen una ruptura o discontinuidad, sino que se superponen, complementan y dialogan, a la vez que permiten seguir indagando, con diferentes instrumentos, las interacciones que los programas sociales suscitan y consolidan.

La definición del entorno implica un trabajo de identificación y delimitación de sus componentes, que hemos considerado como un paso ineludible antes de adentrarse en las interacciones, comentarios, fotos posteadas y emociones expresadas entre personas destinatarias al interior de dichos entornos. El entorno en la etnografía virtual, a partir de sus componentes, requiere explicitar aquellos espacios/tiempos donde las interacciones mediadas por las tecnologías digitales adquieren sentido. Por lo tanto, su definición requiere de una labor de explicitación, reflexividad y argumentación teórica metodológica, que en este escrito hemos explorado y delineado. Los componentes delimitados, quizás no son exhaustivos, pero sí son excluyentes entre sí y permiten reconstruir las características de un entorno -en este caso, uno de FB- y las dinámicas que las interacciones pueden/no pueden adquirir allí.

Toda investigación, en tanto observación sistemática y planificada de un fenómeno de interés, requiere de orden, sistematización y establecimiento de los qué y los cómo. Por ello, este trabajo ha perseguido ser una contribución a un “mirar sistemático” en el marco



PRECISIONES TEÓRICO-METODOLÓGICAS CON RELACIÓN A LA DEFINICIÓN DE ENTORNO  
EN ETNOGRAFÍA VIRTUAL, PARA EL ANÁLISIS DE POLÍTICAS SOCIALES

de una sociedad 4.0, en donde los flujos de las interacciones, así como sus superficies de inscripción son cada vez más numerosos, extensos y rápidamente cambiantes. A su vez, ha contribuido a sentar algunas bases para futuros trabajos que se preocupen en hacer abordajes similares, ya sea para las políticas sociales o para la etnografía virtual en relación a grupos de Facebook. Si bien el esfuerzo reflexivo que aquí se hizo es adaptado a Facebook, el mismo se constituye como insumo/indagación para otras investigaciones, como punto de partida para definir un entorno (ya sea en Instagram, Twitter, etc.), y la centralidad que adquiere uno u otro componente.

## REFERENCIAS

- Ardèvol, E., Estalella, A. y Domínguez, D. (2008). *La mediación tecnológica en la práctica etnográfica*. Donostia: Anjulegi Atropolfia Elkartea. Disponible en: [http://mediacions.net/wp-content/uploads/05\\_volumen\\_mediaciones.pdf](http://mediacions.net/wp-content/uploads/05_volumen_mediaciones.pdf)
- Balbi, F. (2012) La integración dinámica de las perspectivas nativas en la investigación etnográfica. *Intersecciones en Antropología*. (13), 485-499. Disponible en: <https://www.ridaa.unicen.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/123456789/1224/Balbi%20Fernando%20Alberto.%20La%20integraci%C3%B3n%20din%C3%A1mica%20de%20las%20perspectivas%20nativas%20en%20la%20investigaci%C3%B3n%20etnogr%C3%A1fica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cena, Rebeca (2014). Acerca de las sensibilidades asociadas a las personas titulares de la Asignación Universal por Hijo, un análisis desde la etnografía virtual. *Las políticas hechas cuerpo y lo social devenido emoción: lecturas sociológicas de las políticas sociales* Estudios Sociológicos Editora, Buenos Aires, 155-186.
- Cena, Rebeca y Dettano, Andrea (2020) Políticas sociales y emociones en el marco del Covid-19: sobre viejos “nuevos” debates e intersticios. *Cuadernos de Pensamiento Crítico*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. N° 80. Disponible en: <https://www.clacso.org/politicas-sociales-y-emociones-en-el-marco-del-covid-19-sobre-viejos-nuevos-debates-e-intersticios/>
- De Sena, Angélica; Lisdero, Pedro (2015). Etnografía Virtual: aportes para su discusión y diseño. En A. De Sena (ed.). *Caminos Cualitativos. Aportes para la investigación en Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Ediciones CICCUS.
- Dettano, Andrea (2018). «Prácticas de consumo y emociones de las destinatarias de Programas de Transferencias Condicionadas de Ingreso en la Ciudad de Buenos Aires». *Novos Rumos Sociológicos*; 5; (8); 8-32 <http://hdl.handle.net/11336/74146>
- Dettano, Andrea (2020). Políticas sociales y emociones: (per)vivencias en torno a las intervenciones estatales. Buenos Aires: Estudios Sociológicos Editora.
- Domínguez Figaredo, D. (2007). Sobre la intención de la etnografía virtual. *Teoría de la educación. Educación y cultura en la sociedad de la información*, 8(1),42-63. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=2010/201017309004>
- Esteinou Madrid, J. (2001). Internet y la transformación del Estado. *Revista Ámbitos*, 6. pp. 21-34.
- Faracce M., Constanza Faracce, M. (2019). Consumo y políticas sociales: una aproximación hacia las sensibilidades de las destinatarias de la “Asignación Universal por Hijo para la protección social desde la Etnografía Virtual. *Onteaiken*, (28), 47-57. Disponible en: <http://onteaiken.com.ar/ver/boletin28/onteaiken28-04.pdf>
- Ferrada Cubillos, M. (2006). Etnografía un enfoque para la investigación de weblogs en Biblioteconomía y Documentación. *Biblios*, 7(23), 1-10 <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=161/16172302>
- García Manso, A. (2017). Machismo y micromachismos en Internet: una aproximación exploratoria basada en ciberetnografía. *Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social – ReLMIS*, 13(7), 33-54. <http://www.relmis.com.ar/ojs/index.php/relmis/article/view/211>
- Guber, R. (2001). *La etnografía, método, campo y reflexividad*. Bogotá: Ediciones Norma.

**PRECISIONES TEÓRICO-METODOLÓGICAS CON RELACIÓN A LA DEFINICIÓN DE ENTORNO  
EN ETNOGRAFÍA VIRTUAL, PARA EL ANÁLISIS DE POLÍTICAS SOCIALES**

- Hammersley, M. y Atkinson, P. (1994). *Etnografía: métodos de investigación*. Buenos Aires: Paidós.
- Hine, C. (2004). *Etnografía Virtual*. Barcelona: Editorial UOC.
- Indec (2018). *Acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación. EPH. Informes Técnicos*. Vol. 3, N° 86. Disponible en: [https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/mautic\\_05\\_19CF6C49F37A.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/mautic_05_19CF6C49F37A.pdf)
- Méndez, M. y Aguilar, Genaro (2015). Etnografía Virtual, un acercamiento al método y a sus aplicaciones. *Estudios sobre las culturas contemporáneas, Época III*. Vol. XXI. (41) 67-96. <https://www.redalyc.org/pdf/316/31639397004.pdf>
- Sampieri Hernández, R., Fernández Collado, C., Baptista, L., Valencia, P. (1998). *Metodología de la investigación* (Vol. 6). México, DF: McGraw-hill.
- Sautu, R. (1999). Estilos y prácticas de la investigación biográfica. En R. Sautu (Comp.), *El método biográfico: la reconstrucción de la sociedad a partir del testimonio de los actores*. Buenos Aires: Editorial de Belgrano.
- Scribano, A. (2017). Miradas cotidianas. El uso de Whatsapp como experiencia de investigación social. *Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social – ReLMIS*, 7(13), 8-22. Disponible en: <http://www.relmis.com.ar/ojs/index.php/relmis/article/view/207>
- Scribano, A. y Lisdero, P. (2018). Experiencia visual e Investigación Social: hacia una crítica de la economía política de la mirada digital. *Centro de Investigaciones en Ciencias Sociales y Humanidades desde América Latina. Religación*, 9(3), 165-181 <http://hdl.handle.net/11336/89255>
- Scribano, A. y Lisdero, P. (2019). *Digital Labour, Society and the Politics of Sensibilities*. London: Palgrave Macmillan. doi: 10.1007/978-3-030-12306-2
- Sordini, M. V. (2017). El uso de internet en relación a programas sociales. *Sapiens Research*, 7(2), 51-64 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6535272>
- Valles, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Vargas, P. (2005). *Bolivianos, paraguayos y argentinos en la obra: identidades étnico-nacionales entre los trabajadores de la construcción*. Buenos Aires: Ides Centro de Antropología Social.
- Verd, J., Barranco, O. y Moreno, S. (2007). El análisis de los procesos de trabajo mediante métodos etnográficos: el caso del trabajo administrativo de consultas externas hospitalarias. *Papers: revista de sociologia*, (83), 145-168. doi: 10.5565/rev/papers/v83n0.1144
- Weinmann, C. (2019). La relevancia del uso de lo virtual para el estudio de las políticas sociales. *XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales*, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Weinmann, C.; Dettano, A. (2020). «La política social y sus transformaciones: cruces y vinculaciones con el ciberespacio». En Dettano, Andrea (comp.) (2020) *Políticas sociales y emociones: (per)vivencias en torno a las intervenciones estatales*. Buenos Aires: Estudios Sociológicos Editora. (pp. 147-170)